

Liiketoimintasuunnitelma kesäravintolalle

• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •

Vikman, Minja

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Liiketoimintasuunnitelma kesäravintolalle

Minja Vikman
Palvelujen tuottamisen ja
johtamisen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2009

Minja Vikman

Liiketoimintasuunnitelma kesäravintolalle

Vuosi 2009

Sivumäärä 30

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa toimiva liiketoimintasuunnitelma toimeksiantajalle, joka haluaisi perustaa Helsingin keskustaan kesäravintolan.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsiteltäviä keskeisiä asioita ovat liikeidean kehittäminen, markkinoiden tutkiminen, kilpailijoiden määrittäminen ja analysointi, riskien kartoittaminen sekä markkinointisuunnitelman laatiminen. Opinnäytetyön pääongelmana oli selvittää minkälainen on perustettavan kesäravintolan liiketoimintasuunnitelma, jolla toimeksiantaja voi perustaa uuden ravintolan. Teoriaosuudessa on käytetty apuna liiketoimintasuunnitelmasta, markkinoinnista sekä liiketoiminnasta kertovia teoksia. Lisäksi työhön on käytetty uudempaa tietoa Tilastokeskuksen sekä Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n sivuilta.

Opinnäytetyön empiriaosuudessa on painopisteenä toimeksiantajan haastattelu, joka toteutettiin teemahaastattelun muodossa. Tarkoituksena oli saada selville toimeksiantajan mielipiteet sekä ideat perustettavaan kesäravintolaan liittyen vuorovaikutuksen avulla. Tutkijan tehtävänä oli siis suunnitella liikeidea ja strategiat sekä tehdä lopulliset päätökset toimintaan liittyvistä asioista.

Työn tuloksista voidaan päätellä, että ravintola-alalla on menossa laskusuhdanne ja tilanne ei tule ihan lähiaikoina parantumaan. Tulevasta ravintolaruuan arvonlisäveron laskustakin hyöty näkyy vasta pidemmällä aikavälillä. Kuitenkin ravintola-alalle on suhteellisen helppo päästä ja hyvällä konseptilla voi siellä pysyäkin. Suunnitelmien ja odotusten on oltava realistisia, jos haluaa luoda toimivan yrityksen.

Valmis opinnäytetyö tulee toimimaan apuna toimeksiantajalle yrityksen toimintaa käynnistettäessä. Liiketoimintasuunnitelmaa tulee päivittää jatkuvasti, jotta siitä saisi parhaan hyödyn.

Minja Vikman

Business Plan for a Summer Restaurant

Year 2009

Pages

30

The main purpose of this thesis was to create a functional business plan for the client, who would like to found a summer restaurant in the center of Helsinki.

Research of the market, analysis and definition of the risks as well as devising a marketing plan are all substantial matters in the theory part of the thesis. The main question in the thesis was to explore the kind of a business plan suitable for the use of the client to found a new restaurant. Books about business plan, marketing and business operations are used in the theory part of the thesis. In addition, new information from the websites of Statistics Finland and Tourism and Restaurant Service MaRa ry is also used in the work.

The empirical part of the thesis focused on the theme interview of the client. The main purpose was to find out by using interaction to elicit client's opinions and ideas concerning the summer restaurant. It was in the hands of the researcher to plan the business idea and the strategies as well as making the final decisions concerning the operations.

A conclusion can be drawn from the results of the thesis that recession is at hand in the field of restaurant business and the situation is not improving soon. The value added tax decrease will show its benefits in a longer time frame. However, it is relevantly easy to get into restaurant business and one just might keep oneself there with the help of a good business plan. Plans and expectations have to be realistic when a functioning company is set as the target.

The client can use the thesis as guideline when starting the operation. A business plan needs to be regularly updated to get the best benefit from it.

Key words business idea, business plan, summer restaurant

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Taustaa	6
1.2	Pääongelma ja alaongelmat	6
1.3	Aikaisemmat tutkimukset	7
2	Liikeidea, liiketoimintasuunnitelma ja sen osat	8
2.1	Liikeidea	8
2.2	Liiketoimintasuunnitelma	9
2.3	Liiketoimintasuunnitelman osat	9
2.4	Ravintolatoiminnan riskit	11
3	Empiirisen aineiston hankinta ja analysointi	11
3.1	Empiirisen aineiston hankinta	12
3.2	Empiirisen aineiston analysointi	12
4	Empiiriset tulokset: Liiketoimintasuunnitelma kesäravintolalle	12
4.1	Liiketoimintaympäristö	13
4.1.1	Toimialan kuvaus	14
4.1.2	Ravintolatyypit toimialalla	14
4.2	Kesäravintola	15
4.3	Markkinat	15
4.4	Kilpailu ja kilpailija-analyysi	16
4.5	Liikeidea ja tavoitteet 1. vuodelle	20
4.5.1	Liikeidea	20
4.5.2	Tavoitteet 1. vuodelle	21
4.6	Markkinointisuunnitelma	21
4.6.1	Tuote- ja palvelustrategia	21
4.6.2	Hintastrategia	22
4.6.3	Viestintästrategia	22
4.7	Organisaatio- ja henkilöstösuunnitelma	23
4.8	Talous- ja rahoitussuunnitelma	23
4.9	Riskien arviointi ja SWOT-analyysi	23
5	Yhteenveto ja johtopäätökset	24
6	Pohdinta	25
	Lähteet	27
	Kuvat	29
	Kuviot	29
	Taulukot	29
	Liitteet	30

1 Johdanto

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön lähtökohtia sekä työn merkitystä toimeksiantajalle ja tutkijalle. Lisäksi kerrotaan opinnäytetyön pääongelmasta ja alaongelmista sekä käydään läpi aikaisempia tutkimuksia liittyen liiketoimintasuunnitelmaan ja sen osioihin.

1.1 Taustaa

Uutta yritystä perustettaessa ja rahoitusta haettaessa on hyvä tehdä kirjallinen suunnitelma, johon sisällytetään liikeidea, toiminta-ajatus, markkinointi ja rahoitus. Ravintola-ala on nopeasti muuttuvaa ja melko riskialtista, joten liiketoimintasuunnitelma toimii myös eräänlaisena varautumiskeinona tulevaisuuden muutoksille. Pidemmällä tähtäimellä liiketoimintasuunnitelma auttaa selvittämään, onko toiminta kannattavaa ja löytyykö valitulla toimialalla kysyntää. Liiketoimintasuunnitelmaa on hyvä käyttää myös työvälineenä jo toimivan yrityksen kehittämisessä.

Tutkija sai toimeksiannon tutulta yksityisyrittäjältä, joka haluaisi siirtyä ravintola-alalle. Ravintola-ala ei ollut tuttu yrittäjälle, joten opinnäytetyö kesäravintolan liiketoimintasuunnitelmasta tulee tarpeeseen liiketoimintaa aloitettaessa. Tutkija tulee toimimaan tulevaisuudessa perustettavassa kesäravintolassa ravintolapäällikkönä. Lisäksi tutkija kokee itselleen tärkeäksi oppia laatimaan liiketoimintasuunnitelma tulevaisuuden tarjoamien eri mahdollisuuksien vuoksi. Aihe on mielenkiintoinen ja sopiva pääteipiste restonomin opinnoille.

Valmis opinnäytetyö tulee toimimaan toimeksiantajalle ohjenuorana kesäravintolan perustamisvaiheessa sekä jatkossa se auttaa valmiin ravintolatoiminnan ylläpitämisessä ja kehittämisessä. Liiketoimintasuunnitelmaa tulee päivittää säännöllisesti, jotta siitä saa parhaan hyödyn.

1.2 Pääongelma ja alaongelmat

Tämän opinnäytetyön pääongelma on seuraava:

- Minkälainen on perustettavan kesäravintolan liiketoimintasuunnitelma, jonka avulla toimeksiantaja voi perustaa uuden ravintolan?

Opinnäytetyön teoria- ja empiriaosan alaongelmat ovat seuraavat:

- Minkälainen on hyvä liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma? (luku 2)
- Mitkä osa-alueet liiketoimintasuunnitelmassa ovat keskeisimpiä avattavalle ravintolalle? (alaluku 2.3)
- Mitä tutkimusmenetelmiä käytetään tiedon hankinnassa? (luku 3)
- Kuinka tehdään kilpailija-analyysi? (alaluku 4.4)
- Kuinka liikeidea saadaan kiteytettyä toimivaksi kokonaisuudeksi? (alaluku 4.5)
- Mitä riskejä liittyy ravintolatoiminnan aloittamiseen ja kuinka niitä ehkäistään? (alaluku 4.9)

1.3 Aikaisemmat tutkimukset

Taulukossa 1 esitellään Helsingin ammattikorkeakoulun Stadian, Laurea-ammattikorkeakoulun sekä Satakunnan ammattikorkeakoulun opiskelijoiden opinnäytetöitä, jotka aiheiltaan sivuavat liiketoimintasuunnitelmaa.

Tekijän nimi ja vuosi	Opinnäytetyön nimi
Elo Noora. 2004	Ateriapalveluyksikön liiketoimintasuunnitelma
Harjula Nina. 2002	Liikeidean määrittely ja markkinointisuunnitelma
Helenius Reija. 2007	Liiketoimintasuunnitelma Squareflake-kitigille
Hännikäinen Hanna. 2002	Yrityksen perustaminen ja franchising toiminnan aloittaminen
Karri Ulla-Maria & Mäki Hanna. 2007	Asiakaspalvelun merkitys kahvila-ravintolan tulokseen
Laine Anu. 2007	Alustava liiketoimintasuunnitelma perustettavalle kahvila-ravintolalle.
Ojala Santeri. 2008	Liiketoimintasuunnitelma ravintola x:lle
Peltola Marjut. 2006	Liiketoimintasuunnitelma case akvaarioliike
Pitkäniemi Sini. 2007	Kilpailija-analyysi Keravan ruokaravintoloista
Sydänmaanlakka Minna. 2008	Ravintolan perustaminen yrittäjän näkökulmasta

Taulukko 1: Aikaisemmat opinnäytetyöt

Taulukossa on esitetty liiketoimintasuunnitelmaa ja sen aihepiiriin kuuluvia opinnäytetöitä. Opinnäytetöissä käsitellään liiketoimintasuunnitelmaan kuuluvia aiheita, kuten kilpailija-analyysiä sekä markkinointisuunnitelmaa.

Tämä opinnäytetyö käsittelee liiketoimintasuunnitelmaa kesäravintolan perustamisen näkökulmasta. Aihe on kohtalaisen ainutlaatuinen ja opinnäytetyöhön on valittu osa-alueet tarkasti ja nimenomaan räätälöiden aiheeseen eli ravintola-alalle sopiviksi.

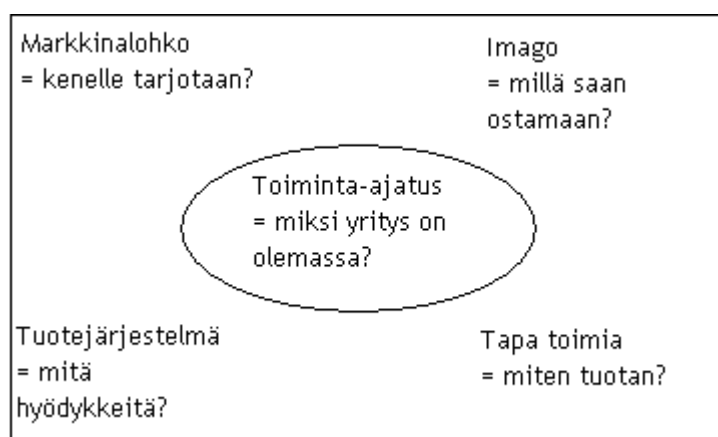
2 Liikeidea, liiketoimintasuunnitelma ja sen osat

Tässä luvussa tarkastellaan liiketoimintasuunnitelmaa ja sen osia työvälineinä uuden yrityksen perustamisvaiheessa. Jokainen liiketoimintasuunnitelma on ainutlaatuinen liikeideoineen ja osineen, jotka muovaavat sen kokonaisuudeksi.

2.1 Liikeidea

Liikeideassa kiteytetään ennen kaikkea valitut markkinointikeinot, minkälaisia tuotteita ja toimintatapoja on sekä kenelle palveluja tarjotaan (Ahonen, Koskinen & Romero 2003, 30). Ahonen ym. (2003) toteavat liikeidean olevan myös ainutlaatuista, muista yrityksistä eroavaa osaamista valitulla toiminta-alueella. Liikeideassa kerrotaan, minkälaisia ovat kohdeasiakkaat, mitä tuotteita ja palveluita yritys tarjoaa, minkälaisen imagon yritys haluaa luoda ja kerrotaan, mikä on yrityksen tapa toimia esimerkiksi erottautuakseen muista kilpailevista yrityksistä.

Kuvio 1 havainnollistaa liikeideaan sisältyvät teemat: toiminta-ajatuksen, markkinat, imagon, tuotejärjestelmän sekä toimintatavat. Näitä kaikkia osa-alueita on tarkasteltava liikeidean perustamisvaiheessa.



Kuvio 1: Uuden yrityksen liikeidean perusta (Vanhala & Laukkanen 2002, 71)

2.2 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on yritystoiminnan väline, joka sisältää kaikki ne ajatukset ja toimet, joilla hallitaan kaikkia osa-alueita valitsemallaan liiketoiminta-alueella (Pitkämäki 2000, 9). Liiketoimintasuunnitelma toimii tärkeänä työkaluna yrittäjälle perustamisvaiheessa, rahoitusta haettaessa sekä tuotteiden ja palvelujen kehittämisessä.

Liiketoimintasuunnitelman on hyvä sisältää yrityksen toiminta-ajatus, liikeidea, markkinatutkimus ja riskianalyysi, visio tulevaisuudesta sekä mahdollisia laskelmia pääomatarpeesta ja kuluista (Raatikainen 2001, 34).

Uudelle yrittäjälle liiketoimintasuunnitelma valmistuessaan antaa tietoa alasta ja sen toimintaympäristöstä sekä markkinoista. Se toimii eräänlaisena oppimisen välineenä ja samalla valmistaa yrittäjää kohtaamaan tulevia haasteita, esimerkiksi rahoituksen hakemista (Vanhala, Laukkanen & Koskinen 2002, 71). Liiketoimintasuunnitelma toimiikin pääasiallisesti myös rahoitusneuvottelujen pohjustuksena lainaa hakiessa (Ruuska 2001, 4).

2.3 Liiketoimintasuunnitelman osat

Hyvä liiketoimintasuunnitelma käsittää ne osa-alueet, mitkä ovat yritykselle oleellisia ja joista on yritystoiminnan kannalta hyötyä tulevaisuudessakin. Liiketoimintasuunnitelma voidaan räätälöidä juuri omalle yritykselle sopivaksi. Perusmalli liiketoimintasuunnitelmissa on aina sama: liikeidea, sijainti, markkinat, kilpailijat, riskit, rahoitus ja laskelmat käydään läpi tarkoin. Kirjassa Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen (Ahonen, Koskinen & Romero 2003, 44-45) käydään läpi ravintolan liiketoimintasuunnitelmamalli, joka on laadittu juuri ravintolayritysten tarpeisiin:

- 1) Tiivistelmä (tärkeimmät osat liiketoimintasuunnitelmasta lyhyesti ja selkeästi ilmaistuna)
- 2) Lähtökohtatilanne: yritystoiminnan taustat, motiivit, päämäärät, toimeenpanijat, voimavarat
- 3) Toimiala-analyysi (tutkimus toimialan tarjoamista kasvumahdollisuuksista)
- 4) Ravintola-alan markkina-analyysi (tietoa markkinoista ja markkina-alueista, auttaa päätöksenteossa)
- 5) Säännöt (mitkä säännöt velvoittavat tai rajoittavat yrityksen toimintaa)

- 6) Ravintolatoiminnan hinnat ja vuokrat (konkreettiset hintatiedot toimitiloista)
- 7) Strategiset ratkaisut, liikeidea ja tavoitteet
- 8) Toiminta-ajatus: arvot, visio, strategiat, tavoitteet
- 9) Kohderyhmän määrittäminen ja kilpailutilanneanalyysi (kumpaan painoitetaan enemmän: kohdeasiakkaaseen vai toimintaympäristöön)
- 10) Kohdeasiakkaat (määritellään kenelle ravintola on tarkoitettu)
- 11) Kysyntä (ennustetaan ravintolan tarjoamien palveluiden kysyntä)
- 12) Kilpailu: kilpailutilanne, kilpailija-analyysi, asemointi (kuvaillaan tilanne kilpailuympäristössä, määritellään kilpailijat ja oman yrityksen asema verrattuna muihin yrityksiin)
- 13) Tuotepalvelupaketti: juomatuote, ruokatuote, savukkeet, musiikkituote, palvelutuote, hinnoittelu, tuotekehitys (ravintolan tarjoamat tuotteet ja palvelut)
- 14) Fyysisten tilojen suunnittelu: liikepaikan sijainti, liikepaikan hinta ja kustannukset, koneet ja laitteet, tilat ja sisustus (määritellään tavoiteltu sijainti sekä muut kulut ja toimenpiteet)
- 15) Markkinointiviestintäsuunnitelma: suhdetoiminta, mainonta, myyntityöntekijä ja asiakaspalveluprosessi (tarkennukset aiempaan suunnitteluun sekä suunnitelmien vieminen käytännön tasolle)
- 16) Henkilöstösuunnitelma: työntekijän kuvaus, organisaatio, miehityssuunnitelma ja henkilöstökulut, henkilöstön kehitys ja seuranta, sidosryhmät
- 17) Taloussuunnitelma: suunnittelulaskelmat (pääoman tarve, myyntiennuste, tulosennuste), rahoitus, talouden seurantasuunnitelma (liikeidean pukeminen numeroiksi)
- 18) Riskianalyysi: liikeriskit, vahinkoriskit, riskien hallinta (analysoidaan riskit ja kirjataan toimenpiteet niiden ehkäisemiseksi ja korjaamiseksi)
- 19 SWOT-analyysi (yrityksen ja sen koko toimintaa kattava analyysi, jossa otetaan huomioon mahdollisuudet, uhat, heikkoudet ja vahvuudet)

20) Toimeenpanosuunnitelmat (listaus toimenpiteistä, jotka vaikuttavat liiketoimintasuunnitelman jonkin osa-alueen toteuttamiseen)

21) Liitteet (lisäinformaatio, joka tukee liiketoimintasuunnitelmaa)

2.4 Ravintolatoiminnan riskit

Riskit kuuluvat olennaisena osana yrittäjyyteen ja vaikka niitä ei voikaan erottaa liiketoiminnasta, voi niitä silti välttää ja ehkäistä (Kuusela & Ollikainen 2005, 66). Riskien pienentämiseksi voi tehdä paljonkin, esimerkiksi testata ja tutkia asioita, käyttää asiantuntijoiden palveluksia sekä ottaa päätöksentekoon mukaan huolellisuutta (Kuusela & Ollikainen 2005, 67).

Riski voidaan määritellä monin eri tavoin, riippuen katsantokannasta. Riskit, riskien tunnistaminen sekä ehkäisy ja korjaus kuuluvat olennaisesti yritystoimintaan sekä yrittäjyyteen (Ahonen, Koskinen & Romero 2003, 128). Tässä opinnäytetyössä riskejä käsitellään yrityksen toiminnan kannalta oleellisia riskejä. Ahonen ym. (2003) jakaa riskit seuraavanlaisesti:

1) Liikeriskit: markkinariskit ja rahoitusriskit (pätöksentekoon ja liiketoimintaan liittyviä, yleensä vakuuttamattomia riskejä)

2) Vahinkoriskit: henkilöriskit, toimintariskit ja omaisuusriskit (kohdistuvat yleensä tiettyyn kohteeseen sekä ovat tiedossa ja vakuutettavissa olevia riskejä)

Useimpiin yritystoimintaan liittyviin riskeihin voidaan varautua huolellisella suunnittelulla ja jatkuvalla riskianalyysin päivittämisellä. Yritys voi suojautua riskeiltä välttämällä, pienentämällä, jakamalla tai siirtämällä riskin, taikka jättämällä riskin omalle vastuulleen (Raatikainen 2001, 85). Monet vakuutettavat riskit ovat lakisääteisiä, kuten eläkevakuutukset, tapaturmavakuutukset ja työttömyysvakuutukset. Useimmat riskit tulevat yllättäen ja varoittamatta, jonka seurauksena niiden kustannuksia on hankala minimoida jälkikäteen. Vakuutusyrityksistä, pankeista, sijoitusneuvojilta sekä takuujärjestelyillä saa apuja riskien kustannuksien minimoimiseen, kertovat Kuusela ja Ollikainen (2005, 67).

3 Empiirisen aineiston hankinta ja analysointi

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen lajeja käytetään, kun halutaan saada kokonaisvaltaista tietoa tutkittavasta kohteesta. Nimensä mukaisesti laadullisessa

tutkimuksessa yritetään saada merkitseviä eli laadultaan mahdollisimman informatiivisia vastauksia, jotka kuvaavat todellista elämää (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 151-153).

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyöhön hankitun informaation keräämistä ja analysointia sekä valintaperusteita käytetyille tutkimusmenetelmälle. Laadullisen tutkimuksen apuvälineenä käytettävä teemahaastattelu on paikallaan, kun vastaajien määrä on vähäinen ja tarvittavaa tietoa ei ole muilla menetelmillä saavutettavissa (Metsämuuronen 2000, 43).

3.1 Empiirisen aineiston hankinta

Empiirinen aineisto tähän opinnäytetyöhön on hankittu haastatteleamalla opinnäytetyön toimeksiantajaa. Haastattelu oli melko vapaamuotoinen teemahaastattelu, jossa tutkija käytti runkona liiketoimintasuunnitelman osista tehtyä teemahaastattelurunkoa (Liite 1). Haastattelun tarkoituksena oli saada toimeksiantajan ehdotukset ja näkemykset esille. Lisäksi tavoitteena oli tutkijan ja toimeksiantajan keskinäisen ymmärryksen luominen kesäravintolaan liittyvissä päätöksissä ja linjauksissa.

Haastattelu toteutettiin Merimakasiinit-ravintolassa ja Helsingin keskustan alueella 15.7.2008 kello 12.00-16.00. Haastattelu eteni melko vapaamuotoisena keskusteluna ja vastaukset kirjattiin käsin ranskalaisille viivoille ja lisäkysymyksiä syntyi haastattelun edetessä. Toimeksiantaja kertoi myös omatoimisesti näkemyksistään ja ideoistaan sekä esitti vastakysymyksiä tutkijalle kesäravintolan perustamisesta ja toiminnan pyörittämisestä. Haastattelu oli siis erittäin vastavuoroinen ja kysymysalueet vaihtelivat tiuhaan.

3.2 Empiirisen aineiston analysointi

Tutkimustulosten analysointi voidaan aloittaa etenkin kvalitatiivisessa tutkimuksessa jo aineiston keräämisen aikana (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 208).

Teemahaastattelun päätarkoituksena oli selvittää toimeksiantajan näkemykset kesäravintolan liikeideasta, toiminta-ajatuksista ja yleisesti toiminnan aloittamisesta. Haastattelussa saadut vastaukset kirjattiin käsin ja siirrettiin myöhemmin sähköiseen muotoon. Aineiston analysointi aloitettiin jo haastattelun aikana, koska haastattelu vaati vastausten täsmentämistä sekä kysymysten uudelleen muokkaamista. Teemahaastattelusta saatuja vastauksia käytettiin liiketoimintasuunnitelman liikeideaa, markkinointisuunnitelmaa, organisaatio- ja henkilöstösuunnitelmaa sekä talous- ja rahoitusuunnitelmaa tehtäessä.

4 Empiiriset tulokset: Liiketoimintasuunnitelma kesäravintolalle

Tässä pääluvussa käydään läpi liiketoimintasuunnitelma siihen kuuluvine osineen.

Liiketoimintasuunnitelman osat on valittu toimeksiannon mukaisesti sekä mukaan on lisätty kesäravintolan perustamiseen liittyviä osa-alueita, jotka tutkija on kokenut tärkeiksi. Luvussa käsitellään liiketoimintaympäristöä ja siihen liittyviä uhkakuvia sekä kehitystä, markkinoita ja kilpailijoita sekä perustettavan kesäravintolan toiminta-ajatusta liikeideoineen ja strategioineen.

Tämän opinnäytetyön empiiriset tulokset on koottu toimeksiantajan Harri Puron haastatteluun sekä tutkijan omaan tietoon nojautuen. Tutkijan tehtävänä oli kehittää liikeideaa sekä strategioita, joilla halutut tulokset voidaan saada.

4.1 Liiketoimintaympäristö

Taulukossa 2 kiinnitetään huomiota ympäristötekijöihin, joihin yrittäjä ei voi vaikuttaa, mutta mitkä on kuitenkin hyvä huomioida etukäteen. Tärkeimmät huomiot taulukossa 2 liittyvät tulevaan arvonlisäveron muutokseen sekä yleiseen taantumaan, joka voi pessimistisimmässä skenaariossa muuttua lamaksi.

Ravintoloissa myytävän ruoan arvonlisäveron alentamista 13 prosenttiin on pitkään odotettu ravitsemisalalla ja alv:n alenemisen toivotaan näkyvän hinnoissa. Arvonlisäveron lasku tulee vaikuttamaan elvyttävästi ravitsemisalaan ja turvaamaan monia työpaikkoja. Yleisen arvonlisäveron nousu 23 prosenttiin taas tasaa hieman ruoan alv:n laskemista.

Ympäristötekijä	Todennäköinen vaikutus	Mitä toimenpiteitä edellyttää
Taloudelliset tekijät	Taantuma jatkuu: alkoholinkulutus vähenee, pk-yritysten asema huononee	Varotaan sortumasta liian ruusuisiin tulevaisuudenkuviin
Poliittiset tekijät	Ravintolaruoan alv laskee vuonna 2010 13% ja yleinen alv nousee 23%, uusi makeis- ja virvoitusjuomavero käyttöön	Lasku huomioitava hinnoissa asiakastyytyväisyyden takaamiseksi
Sosiaaliset tekijät	Kulutus ei tule nousemaan merkittävästi	Huomioidaan myyntiennusteissa
Tekninen kehitys	Ei merkittävää kehitystä	Ei toimenpiteitä

Taulukko 2: Ympäristötekijät ja niiden vaikutukset

4.1.1 Toimialan kuvaus

Vuonna 2008 anniskelupaikkojen (A- ja B-oikeudet) lukumäärä oli 5964 kappaletta ja keskiolutravintoloiden ja -kahviloiden (C-oikeudet) lukumäärä 2358 kappaletta. Anniskeluravintoloiden määrä oli kasvanut 2,1 %, kun taas vastaavasti keskiolutravintoloilla ja -kahviloilla se oli laskenut -6,6 % verrattuna vuoteen 2007. (MaRa tilastotietoja 2009.)

Majoitus- ja ravitsemistoiminnan liikevaihto oli vuonna 2008 5,4 miljardia euroa eli se kasvoi 3,7 % vuodesta 2007, käyttökateprosentin laskiessa 0,8 prosenttiyksikköä. Suuren osuuden liikevaihdosta kahmaisee Pk-yritykset, joiden osuus liikevaihdosta on 62 %, mikä tekee 3,3 miljardia euroa. (Majoitus- ja ravitsemistoiminta 2008.)

Matkailu- ja ravintolapalveluiden kysynnän kehityksen odotetaan hidastuvan tulevina vuosina verrattuna aikaisempiin vuosiin. Vuoden 2009 alkupuoliskolla (tammi-kesäkuu) oli alkoholimyynnin volyymi (kysyntä) supistunut 6 %. Kysyntäkehityksen laskun oletetaan jatkuvan matkailu- ja ravintola-alalla myös tulevina vuosina. Hieman helpotusta tulevaisuuteen tulee tuomaan ravintolaruoan arvonlisäveron lasku 13 %, mutta positiiviset vaikutukset tullee näkymään vasta vuodesta 2011 eteenpäin. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2009.)

4.1.2 Ravintolatyypit toimialalla

Vuodesta 2009 alkaen on Tilastokeskuksella ollut käytössä toimialaluokitus, jossa toimialat on jaettu pääluokkiin ja siitä edelleen tarkempiin luokkiin. (56) Ravitsemistoiminta jaotellaan seuraavanlaisesti (Tilastokeskus 2008.):

5610 Ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta: ravintolat, kahvila-ravintolat, pikaruokaravintolat, aterioiden noutopisteet, liikuteltavat myyntikojut ja -vaunut

56101 Ravintolat: tarjoillaan omassa keittiössä valmistettuja ruoka-annoksia sekä a- ja b-oikeuksien piiriin kuuluvia juomia, ryhmään kuuluvat myös tilaus- ja kerhoravintolat

56102 Kahvila-ravintolat: kahvila-ravintolatoiminta, pikaruokaravintolat hampurilais- ja kebab-ravintolat, pizzeriat

56103 Ruokakioskit: aterioiden noutopisteet (take-away), grillikioskit, liikkuvat myyntikojut ja -vaunut

562 Ateriapalvelut ja muut ravitsemispalvelut: pitopalvelut sekä sopimuspohjainen ateriapalvelutoiminta

5621 Pitopalvelu: pitopalvelu ja juhlapalvelu

5629 Henkilöstö- ja laitospalvelut: ruokala- ja kahvilatoiminta, cateringpalvelut sekä urheilu- ja yleisötapahtumien yhteydessä tapahtuva ravitsemispalvelu

563 Baarit ja kahvilat: liiketiloissa tapahtuva juomien välitön tarjoilu

56301 Olut- ja drinkkibaarit: pubit, baarit, olutravintolat, yökerhot sekä cocktailbaarit

56302 Kahvilat ja kahvibaarit: kahvilat ja kahvibaarit, konditoria-kahvilat sekä jäätelöbaarit

Perustettava ravintola kuuluu pääluokkaan 563 Baarit ja kahvilat, alaluokkaan 56301 Olut- ja drinkkibaarit. "Tarjolla on pääasiassa alkoholijuomia. Omassa keittiössä valmistettuja ruokannoksia ei ole, mutta tarjolla voi olla muualla valmistettuja, mahdollisesti paikan päällä lämmitettäviä annoksia." (Toimialaluokitus 2008.)

4.2 Kesäravintola

Perustettava kesäravintola on ravintolalaiva, joka toimisi kesäkuukausina (huhtikuu-lokakuu) Helsingin keskustassa Kauppatorin läheisyydessä. Ihanteellisin laituripaikka laivalle olisi Meritullintori, josta pääsisi tilausmatkoja varten myös helposti liikkeelle. Muina mahdollisina laituripaikkoina olisivat myös Hakaniemenranta, Pitkäsillanranta, Eiran rantakatu ja Katajanokka.

Ravintola on määritykseltään olutravintola (56301 Olut- ja drinkkibaarit), jossa päätarjoilu kohdistuu alkoholijuomiin. Paikan päällä ei valmisteta ruokaa, mutta keittiössä voidaan lämmittää annoksia. (Tilastokeskus, pääluokat, toimialaluokitus 2008.)

4.3 Markkinat

Vuoden 2009 ensimmäisellä neljänneksellä laski aloittaneiden yritysten määrä 17,5%, mihin lasketaan koko maan yritykset. Aloittaneiden ravitsemistoimintayritysten määrä oli tämän vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 61 kappaletta, kun taas vuonna 2008 vastaava luku oli 50 kappaletta. (Tilastokeskus 2009.)

Taulukossa 3 kuvataan Helsingin seudulla aloittaneita ja lopettaneita yrityksiä vuosina 2006–2008. Viime vuonna lopettaneiden yritysten määrä oli selkeässä kasvussa verrattuna vuoteen 2007.

Ravitsemistoimintayritykset Helsingissä	Aloittaneet yritykset (kpl)	Lopettaneet yritykset (kpl)
v. 2006	262	227
v.2007	226	174
v.2008	206	202

Taulukko 3: Aloittaneet ja lopettaneet yritykset (Tilastokeskus 2009)

4.4 Kilpailu ja kilpailija-analyysi

Ravintolalaivat ovat selkeästi yleistymässä Helsingin satamalaitureilla, mutta Helsingin keskustassa ravintolalaivojen välinen kilpailu on vielä vähäistä, esimerkiksi verrattuna Turun keskustassa sijaitsevaan Aurajokeen, jossa on peräti 11 ravintolalaivaa lyhyellä välillä. Helsingin keskustassa ravintolalaivat ovat sijainniltaan hieman hajallaan, joten asiakkaita riittää tasapuolisesti kaikille.

Perustettavan ravintolan kilpailuympäristö on melko laaja: se käsittää alueet Merisatamanrannasta Eteläsatamaan, Pohjoisrantaan ja aina Hakaniemenrantaan asti.

Kuvassa 1 näkyy violetilla merkittynä kilpailuympäristö: Hakaniemenranta, Pitkänsillanranta, Pohjoisranta, Eteläranta ja Merisatamanranta (karttaa luetaan ylhäältä alaspäin).



Kuva 1: Helsingin keskustan satama-alue (Google Maps 2009)

Kilpailija-analyysi

Ravintolalaivan sijainnin epävarmuuden takia on kilpailija-analyysissä huomioitu tärkeimmät kilpailijat halutun laituripaikan läheltä. Huomioon on otettu myös toiminnan vastaavuudeltaan samantyyppiset ravintolalaivat kuin tämän opinnäytetyön esimerkki.

M/L Relandersgrund, Pohjoisranta, 00170 Helsinki

Majakkalaiva Relandersgrund on omalaatuinen ja hauskanäköinen laiva, joka sijaitsee vilkkaalla paikalla kauppatorin vieressä Meritullintorilla. Turistit löytävät tiensä erinomaisesti laivalle ja monet heistä käyvätkin aina vierailulla Helsingissä ollessaan. Laivassa on kaksi myyntitiskiä, päätiski sijaitsee kannella ja sisätiloissa vain tiettyinä aikoina auki oleva ruokatiski.

Juomavalikoima on erinomainen: siidereitä, oluita sekä alkoholittomia juomia. Ruokaakin on myytävänä sesonkiaikoina. Hyvä valikoima, toimiva konsepti ja turistien suosimana paikkana on Relandersgrundin hintapolitiikka odotetun mukaista: tuotteet ovat kalliita.

Kokonaisuudessaan erittäin viihtyisä ja tunnelmallinen paikka, jossa voi olla sisätiloissa, ulkona kannella tai keulahytissä hieman rauhallisemmissa tunnelmissa.

Relandersgrund pysyy ankkurissa läpi kesän, mutta lokakuussa se siirretään kauppatorille silakkamarkkinoiden ajaksi, jonka jälkeen se siirretään telakalle.



Kuva 2: M/L Relandersgrund (Foto: Minja Vikman)

M/S Svanbad - Flying Dutch, Pitkänsillanranta 2, 00530 Helsinki

Hieman ristiriitaisissa olosuhteissa avattu Flying Dutch on olennainen osa Helsingin Pikkudamia (little Amsterdam) ja sen sijainti Pitkänsillan kupeessa on asiakkaiden löytämisen kannalta etu. Seutu on rauhallista ja asiakkaat niin läheltä kuin kaukaakin ovat helposti saavutettavissa.

Ravintolalaivalla on käytettävissään myös maalla sijaitseva terassi, joka onkin kesäillan valaistuksessa melko houkutteleva ohikulkeville ihmisille. Lisäksi on mahdollisuus olla sisätiloissa, jossa on 40 asiakaspaikkaa ja kannella, jossa on terassi sielläkin. Flying Dutch toimii myös sauna- ja tilausravintolana, josta on mahdollisuus varata tilat käyttöön erilaisia illanviettotilaisuuksia varten. Vaihtoehtona on myös saman omistajan toisen laivan (Harvest Moon) vuokraus eri tilaisuuksia varten.

Laivassa on keittiö, jossa on lounas arkisin sekä iltaan asti ala carte tarjoilua. Keittiön sulkeuduttua myydään ulkomyyntipisteessä pikkupurtavaa, kuten tapaksia. Juomavalikoima on laaja ja hinnat ovat melko kohtuullisia, eivätkä ylitä muiden ravintoloiden hintoja. Ohjelmaa järjestetään kolme kertaa viikossa ja esiintymässä on usein "live-bändejä" eri musiikkityylien saroilta.



Kuva 3: M/S Svanbad (Foto: Minja Vikman)

M/S Maria, Hakaniemenranta, 00530 Helsinki

Hakaniemen rannassa sijaitseva ravintolalaiva Maria toimii kesäisin lähinnä terassilaivana ja sen tärkein myyntivaltti onkin 100-paikkainen terassi, joka on rakennettu laivan kylkeen. Sisällä alakerrassa on tilat 60 henkilölle ja myyntitiskejä on kaksi: toinen kannella ja toinen alakerrassa. M/S Maria toimii myös tilausravintolana, josta on mahdollisuus varata ilta vaikkapa saunomiseen, kokousten pitämiseen tai muuhun illanviettoon.



Kuva 4: M/S Maria (Foto: Minja Vikman)

4.5 Liikeidea ja tavoitteet 1. vuodelle

Tässä luvussa kerrotaan, kenelle ja mitä yritys tarjoaa sekä miten ja millä imagolla se tehdään. Lisäksi kerrotaan, mitä tavoitteita halutaan saavuttaa yrityksen ensimmäisen toimintavuoden aikana.

4.5.1 Liikeidea

Kesäravintolan projektinimenä on jo pitkään toiminut Sjöcronan, mikä tullee olemaan avattavan ravintolan yksi nimiehdotuksista. Ravintolalaiva Sjöcronan on tarkoitettu täysi-ikäisille aikuisille, jotka haluavat tulla nauttimaan hyvästä juomasta ja ilmapiiristä merellisten vaikutteiden keskelle.

Keskivertoasiakas on 30-50 - vuotias hyvin toimeen tuleva, työssä käyvä mies tai nainen, joka tulee yksin tai ystäviensä kanssa töiden jälkeen tai kaupungilla kiertäessään nauttimaan muutaman juoman. Asiakas tietää, mitä odottaa tuotteilta ja palvelulta ja todellisuus kohtaa odotukset, koska asiakkaan viihtyvyys on ensiarvoisen tärkeää.

Sjöcronan aloittaa toimintansa huhtikuussa ja jatkaa aina lokakuuhun asti. Sjöcronan on auki viikon jokaisena päivänä kello 10-02, riippuen myös säävarauksesta. Yksityistilaisuudet ja pokeriristeilyt kuuluvat olennaisena osana toimintaan. Kanta-asiakkaille järjestetään kantisilloja sekä heitä muistetaan myös kanta-asiakas tarjouksin.

Ravintolalaiva Sjöcronan omaa a-oikeudet ja päämyynti sijoittuukin mietoihin alkoholipitoisiin juomiin. Juomien lisäksi myydään pientä suolaista syötävää, kuten leipiä, toasteja ja tapaksia.

Ilmapiiri laivassa on rento ja lämminhenkinen, ilman turhaa jäykistelyä. Sjöcronan koetaan mutkattomaksi ja helposti saavutettavaksi rentoutumispaikaksi, josta voi seurata maailman menoa oluttuopin ääressä.

Sjöcronan sijaitsee Helsingin keskustan läheisyydessä. Laituripaikka on lähellä rantaa ja laiva on helposti havaittavissa kauempaakin katsottuna. Laituripaikasta on helppo lähteä saaristoon ajelulle tilausmatkoja varten. Sisustus Sjöcronanissa on merihenkinen ja raikas ja materiaalivalinnat ovat luonnonläheisiä. Suuria korjauksia laivaan ei tarvitse tehdä, sillä Sjöcronan on peruskorjattu ja siihen on tehty muunmuassa pintaremontti.

Kuvassa 5 on 22-metrinen M/S Sjöcronan vanhassa kotisatamassaan Ruotsissa



Kuva 5: M/S Sjöcronan (Foto: H. Puro)

4.5.2 Tavoitteet 1. vuodelle

Ravintolaiva Sjöcronanin toiminta käynnistyy ilman rahallisia tappioita ja se löytää hyvän laituripaikan vilkkaasta satamapaikasta. Sjöcronan löytää sijaintinsa verrattuna kilpailijoihinsa ja yritykset toimivat keskenään sovussa. Yrityksen toiminta ei poikkea merkittävästi liiketoimintasuunnitelmassa päätetystä.

Asiakkaat löytävät ravintolan odotetusti ja kanta-asiakkaita kertyy merkittävä määrä. Mainonta on löytää hyvin eri asiakassegmentit ja internetistä löydetään Sjöcronan eri ravintolahakusivustoilta. Yrityksen kotisivut ovat selkeät ja informatiiviset.

Ravintolalaivan Texas Hold Em- pokeri-illat saavat uskollisen osallistujajoukon ja yksityistilaisuuksia ja pokeriristeilyjä järjestetään säännöllisesti.

4.6 Markkinointisuunnitelma

Tässä alaluvussa käsitellään markkinointisuunnitelman eri osa-alueita sekä läpikäydään strategioita, jotka palvelevat haluttujen tavoitteiden saavuttamista.

4.6.1 Tuote- ja palvelustrategia

Ravintolalaivan tuotevalikoima tulee koostumaan pääosin Sinebrychoffilta tilattavista käymisteitse valmistetuista juomista. Mietojen juomien lisäksi valikoimaan olisi tarkoitus hankkia väkeviä alkoholijuomia sekä palvelutuotteita, kuten alkoholittomia oluita ja siidereitä. Tilanpuutteen takia ei ole mahdollista varastoida isoja määriä tuotteita taikka pitää tarjolla laajaa juomavalikoimaa. Tuotteita valittaessa on myös tärkeää pohtia eri

asiakastyypin juomatottumuksia. Kesäravintolalle tärkeimpiä myyntituotteita ovat oluet siiderit ja lonkerot.

Juomien lisäksi tuotevalikoimaan tulee kuulumaan pienet suolaiset syötävät, kuten snacksit, leivät ja tapakset. Keittiön varustuksesta tulee riippumaan, valmistetaanko paikan päällä syötävää vai tilataanko tuotteet valmiina tukusta ja lämmitetään keittiössä.

Tärkeintä tuotestrategiassa on valikoima laadukkaita, mutta kohtuullisen hintaisia tuotteita, jotka pysyvät valikoimassa, jotta asiakkaalle ei tarvitse myydä "ei-oota". Tasalaatuisuus on erittäin tärkeää niin tuotteen kuin palvelunkin myymisessä: tuote ja palvelu ei saa vaihdella.

4.6.2 Hintastrategia

Yrityksen hintapolitiikkana on kustannusperusteisen katetuottomenetelmän käyttö hinnoittelussa, jotta saadaan hyvä katetuotto. Vaarana on tietenkin ylihinnoittelu, mutta tuotteiden katteissakin on eroja, esimerkkinä kahvi, jolla on erittäin hyvä kate. Oluella, alkoholilla ja ruoalla keskimääräinen kateprosentti on 65.

4.6.3 Viestintästrategia

Yrityksen viestintästrategia painottaa erityisesti positiivisen yrityskuvan luomista sekä potentiaalisten asiakkaiden tavoittamista eri mainosvälineillä. Tärkeimmät viestimet ovat ilmaisjakelulehdet sekä verkkomedia. Omat kotisivut ovat välttämättömyys yrityksen toiminnan kannalta: asiakkaat voivat tehdä varauksia, saada tietoa tulevista tapahtumista sekä saada helpommin yhteyden henkilöstöön. Ravintolalaivasta halutaan luoda mahdollisimman laadukas, kotoisa ja välitön ulosanti.

Internetissä eri hakusivustoilta (vapaa-aikavirasto, eat.fi, ravintolakeskus.fi) voi etsiä eri ravintoloita sekä arvostella ruokia, juomia ja palvelua. Näitä sivustoja ei vielä ole huomioitu kaikissa paikoissa mahdollisuutena markkinoida omaa yritystään. Esimerkiksi yksikään helsinkiläinen ravintolalaiva ei löydy vapaa-aikaviraston sivuilta ja eat.fi:n sivuilta löytyy vain kaksi ravintolalaivaa.

Viestintästrategiassa on myös tärkeää huomioida alan muutokset ja kilpailijoiden strategiat. Erilaiset teemaviikot, kuten olutfestivaalit tai art goes kapakka on myös hyvä huomioida ja selvittää yrityksen mahdollisuudet osallistua mukaan toimintaan. Tärkeässä osassa tässä tulee toimimaan myös Sinebrychoff, joka osaltaan järjestää näitä tapahtumia.

4.7 Organisaatio- ja henkilöstösuunnitelma

Organisaatorakenne käsittää 2 osakasta/yrityksen perustajaa sekä ravintolapäällikön. Osakkaiden tehtävänä on hankkia tarvittava rahoitus sekä hoitaa ravintolalaivan hankinta ja laituripaikan vuokraus. Ravintolapäällikkö hoitaa lupa-asiat ja rekrytoinnin sekä ravintolalaivan toiminnan pyörittämisen.

Ravintolalaivassa tulee työskentelemään 2-3 vastaavaa hoitajaa sekä kippari tilausristeilyjä varten. Henkilöstön hankinnassa käytetään hyväksi toimeksiantajan ja tutkijan suhdeverkostoa.

Henkilökunnalla tulee olla vastaavan hoitajan koulutus ja vähintään 2 vuotta kokemusta. Lisäksi henkilökunnalla tulee olla anniskelu- ja hygieniapassi sekä hätäensiapu- ja ensisammutuskoulutus, mutta tarvittaessa yritys järjestää koulutuksen. Vastaavalta hoitajalta vaaditaan seuraavia ominaisuuksia: oma-aloitteisuutta, kykyä itsenäisiin päätöksiin, hyvää stressinsietokykyä ja aitoa kiinnostusta ravintola-alaan.

4.8 Talous- ja rahoitussuunnitelma

Osakeyhtiön pääomalla katetaan ravintolalaivan osto- ja kunnostuskustannukset. Pitkäaikaista lainaa toiminnan aloittamiseen ja laitteiden vuokraukseen joudutaan ottamaan pankista noin 10 000-20 000 euroa. Lisäksi lainan tarve koskee myös markkinointikustannuksia sekä varastojen perustamiseen käytettäviä kustannuksia.

4.9 Riskien arviointi ja SWOT-analyysi

	Riski ja sen todennäköisyys	Riskin välttäminen/kantaminen
Ulkoinen ympäristö:		
Taloudellinen ympäristö	Kilpailijoilla hyvä asema: kesäravintola ei saa jalansijaa markkinoilla	Panostaminen markkinointiin ja asiakassuhteisiin
Poliittinen ympäristö	Lääninhallituksen mahdolliset jatkoaikaluopien tiukentumiset	Huolehditaan lupa-asioista ja anniskeluasioista
Sosiaalinen ympäristö	Kulutus alkaa suosimaan laadukasta, mutta halpaa: "luxus-ilmiö" katoamassa	Panostetaan tasalaatuisuuteen ja vältetään ylihinnoittelua
Tekninen ympäristö	Tuotevalikoimat jatkuvassa kasvussa ("liikaa kaikkea")	Yrityksen tuotevalikoima pidetään tasalaatuisena,

		mutta omaksutaan myös uutta
Toimialan kehitys	Myynnin volyymi on laskussa, eikä parannusta tulossa lähivuosina	Huomioidaan ennusteissa
Markkinat ja asiakkaat	Markkinoilla ei ole asiakkaita	Valmius muuttaa konseptia
Kilpailu	Kilpailijoilla parempi konsepti	Valmius muuttaa konseptia
Yrityksen sisäiset tekijät:		
Organisaatio ja henkilöstö	Ei löydy osaavaa henkilöstöä	Tarvittaessa palvelut henkilöstövuokraukseen erikoistuneelta yritykseltä
Tuotanto	-	-
Talous	Tulee yllättäviä menoeria	Lisälainat

Kuvio 2: Riskien arviointi

Monet yrityksen sisäisistä ja ulkoisista riskeistä ovat todennäköisiä riskejä, mutta niitä on kuitenkin vaikea ehkäistä etukäteen. Näistä riskeistä johtuvia vahinkoja voidaan kuitenkin lieventää huomioimalla ne ajoissa.

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> Pääomarahoitus kunnossa Hyvä konsepti 	<ul style="list-style-type: none"> Uusi alalla: kokemattomuus Huono markkinatunnettuus
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> Yritys erottuu kilpailijoistaan Texas Hold Em:in kasvava suosio 	<ul style="list-style-type: none"> Huono sijainti/laituripaikka Toiminta ei käynnisty halutulla tavalla

Kuvio 3: SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on paljon käytetty, mutta kuitenkin tarpeellinen keino arvioida yrityksen voimavaroja. Vahvuudet ja mahdollisuudet kertovat mitä yritys voi hyödyntää ja heikkoudet ja uhat taas kertovat mitä parannettavaa löytyy.

5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyön toimeksiantona oli suunnitella avattavan kesäravintolan liiketoimintasuunnitelma, joka sisältää liikeidean, markkinat, kilpailijat, markkinointisuunnitelman, riskit, visuaalisen ilmeen ja palvelukonseptin. Valmis liiketoimintasuunnitelma tulisi toimimaan toimeksiantajan apuna kesäravintolan

perustamisessa ja toiminnan aloittamisessa. Liiketoimintasuunnitelma on suunniteltu käyttöön otettavaksi 2010 tai 2011 keväällä.

Tutkijan henkilökohtaisena tavoitteena oli oppia ravintolan perustamiseen liittyviä asioita ja toimenpiteitä sekä ymmärtää liiketoimintasuunnitelman peruspilareiden osuutta ja käyttötarkoitusta suunnitelmassa. Lisäksi kannustimena toimi myös tutkijan mahdollinen ura perustettavassa kesäravintolassa.

Hyvä liiketoimintasuunnitelma sisältää yrityksen tulevan toiminnan kannalta oleellisia asioita, kuten toimintastrategiat, liikeidean, analyysit kilpailijoista sekä riskien arvioinnin. Yrityksen toimenkuvasta riippuen voidaan suunnitelmaan valita eri osa-alueita aina logistiikasta tuotekehitykseen asti. Toiminnan käynnistyessä voi liiketoimintasuunnitelmaa päivittää jatkuvasti ja samalla kehittää yrityksen toimintamalleja ja strategioita parempaan suuntaan. Ravintola-ala on melko nopeasti kehittyvää ja aloittaneita yrityksiä on suunnilleen saman verran kuin lopettaneitakin. Alalle on helppo päästä, mutta toiminnan kannattavuus jatkossa on melkoisen haastavaa ravintola-alan suhdanneherkkyyden takia.

Kilpailijoiden määrittäminen sekä heidän toimintansa tarkempi tarkastelu koettiin erittäin tärkeäksi ravintolalaivojen vähyyden takia. Ravintolalaivat ovat vielä sen verran erikoisia, että niihin asiakkaat hakeutuvat erittäin tietoisesti ja vain harvemmin sattuman kautta. Kilpailijoiksi määriteltiin juuri tämänkin takia vain ravintolalaivoja, eikä esimerkiksi kesäterasseja. M/L Relandersgrund, M/S Svanbad sekä M/S Maria koettiin tärkeimmiksi kilpailijoiksi niiden sijainnin ja niiden toiminnan laadun takia. Kilpailuvaltteina ravintolalaivoissa oli kaikissa omaleimaisuus, joka ei ole jäljiteltävissä. Tämänlaista ominaisuutta halutaan myös perustettavalle kesäravintolalle: omanlainen toimintamalli, joka eroaa muista alan yrityksistä ja joka vetoaa haluttuun asiakaskuntaan.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön aihe lähti tutkijan omasta ehdotuksesta toimeksiantajalle, joka oli aikaisemmin ehdottanut yhteistyötä kesäravintolan perustamisesta. Tämän jälkeen sovittiin yksityiskohdista ja liiketoimintasuunnitelman sisällöstä sähköpostitse ja puhelimitse. Tapaamisessa kesällä 2008 läpikäytiin vielä tarkemmin liikeideaa sekä toimintaan liittyviä asioita. Tärkeintä liiketoimintasuunnitelmassa olisi yleinen katsaus kilpailijoihin ja markkinoihin sekä toimintastrategioiden valinta, muttei niin ikään rahoituspuoli tai myyntitavoitteet.

Opinnäytetyön tekeminen oli aikaa vievää ja ongelmallistakin paikoin, koska aihe on kovin laaja ja kaikkiin aihealueisiin täytyi tutustua kunnolla, vaikka niitä ei työssä käytettykään. Aikataulutus meni monta kertaa uusiksi, eikä kovinkaan moni asia mennyt suunnitellulla tavalla. Haastavinta kirjoittamisessa olikin itse työn aloittaminen, mutta kun lopulta pääsi kirjoitustyöhön sisälle, niin tekeminen helpottui.

Liiketoimintasuunnitelma on tehty mahdollisimman pian käyttöönotettavaksi ja tarkoitus olisikin saada kesäravintola toimintaan keväällä 2010. Ympäristötekijöiden ja niiden vaikutuksien analysointi, toimialan kuvaus ja markkinat ovat sellaisia osioita liiketoimintasuunnitelmassa, missä on nimenomaan käsitelty ravintolalaivan toiminnan alkamista keväällä 2010. Nämä on siis otettava huomioon, jos kesäravintolan perustaminen siirtyy merkittävästi myöhemmäksi.

Tutkijan omina tavoitteina opinnäytetyön aloittamisen yhteydessä olivat ravintolan perustamiseen liittyvien toimien oppiminen ja ymmärtäminen sekä toimivan liiketoimintasuunnitelman rakentaminen. Tärkein motiivi oli kuitenkin halu tehdä yhtenäinen kokonaisuus, joka ei rönsyilisi sivupoluille. Aihepiirien valinta ja aiheiden karsinta sekä yhdistely jatkui koko työn tekemisen ajan. Normaalisti rahoituslaskennat ovat tärkeässä osassa liiketoimintasuunnitelmaa, mutta tässä työssä rahoituspuoli on jätetty tarkoituksella pois. Itse liiketoimintasuunnitelma haluttiin pitää yksinkertaisena ja mahdollisimman selkeänä. Kaikkia yksityiskohtia ei kannata suunnitelmassa käydä läpi, vaan mieluummin rakentaa tukeva runko, johon voi lisätä osia myöhemmin tarpeen niin vaatiessa.

Lähteet

Kirjat

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2003. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restamark

Alasuutari, P. 1993. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino

Anttila, M., Iltanen, K. 2001. Markkinointi. Helsinki: WS Bookwell

Elo, N. 2004. Ateriapalveluyksikön liiketoimintasuunnitelma. Opinnäytetyö. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia

Harjula, N. 2002. Liikeidean määrittely ja markkinointisuunnitelma. Opinnäytetyö. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia

Helenius, R. 2007. Liiketoimintasuunnitelma Squareflake-kitigille. Opinnäytetyö. Satakunnan ammattikorkeakoulu

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi

Hännikäinen, H. 2002. Yrityksen perustaminen ja franchising toiminnan aloittaminen. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia

Jeronen, R. 2005. Uuden yrityksen perustamisopas. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu

Karri, U-M. & Mäki, H. 2007. Asiakaspalvelun merkitys kahvila-ravintolan tulokseen. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia

Kuusela, H. & Ollikainen, R. 2005. Riskit ja riskienhallinta. Tampere: Tampereen yliopisto

Laine, A. Alustava liiketoimintasuunnitelma perustettavalle kahvila-ravintolalle. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia

Lojander, T. & Suonpää, J. 2004. Firma, käytännön yritystoiminta. Helsinki: Edita

Metsämuuronen, J. 2000. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Viro: Methelp International

Ojala, S. 2008. Liiketoimintasuunnitelma ravintola x:lle. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu

Peltola, M. 2006. Liiketoimintasuunnitelma case akvaarioliike. Opinnäytetyö. Satakunnan ammattikorkeakoulu

Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Talentum Media

Pitkäniemi, S. 2007. Kilpailija-analyysi Keravan ruokaravintoloista. Opinnäytetyö. Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia

Porter, M. E. 1984. Strategia kilpailutilanteessa. Helsinki: Rastor

Raatikainen, L. 2001. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita

Rikkinen, L. 1997. Löydä oma yritysideasi. Helsinki: Edita

Ruuska, M. 2001. Miten laaditaan hyvä liiketoimintasuunnitelma. Kuopio: Finnvera

Sydänmaanlakka, M. 2008. Ravintolan perustaminen yrittäjän näkökulmasta. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu

Vanhala, S., Laukkanen, M., Koskinen, M. 2002. Liiketoiminta ja johtaminen. Keuruu: Otavan Kirjapaino

Ylikoski, T. 2002. Unohtuiko asiakas? WSOY

Sähköiset lähteet

Helsingin pikku Dami: little Amsterdam. 2008. Flying Dutch. Viitattu 2.10.2009. <http://www.pikkudami.fi/pikkudami/>

Google Maps. 2009. Helsingin kartta. Viitattu 20.10.2009. <http://maps.google.fi/>

Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry. 2008. Matkailu- ja ravintola-alan kehitysnäkymät. Viitattu 26.10.2009. http://www.mara.fi/files/suhdanne09_2.pdf

Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry. 2008. Tilastotietoja hotelli- ja ravintola-alalta. Viitattu 22.10.2009. http://www.mara.fi/files/tilastotietoja_alalta_09.pdf

Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry. 2008. Yrityksen perustaminen hotelli- ja ravintola-alalle. Viitattu 25.8.2009. http://www.mara.fi/files/yrityksen_perustaminen_2008.pdf

M/S Maria. 2009. Kotisivut. Viitattu 2.10.2009. <http://www.msmaria.fi/>

Opetushallitus. 2009. Laadi liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 14.5.2008. <http://www.edu.fi/oppimateriaalit/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=8&fail=word.htm>

Suomen yritysrekisteri. 2009. Ravintola/ Majakkalaiva Relandersgrund. Viitattu 2.10.2009. http://www.suomenyritysrekisteri.fi/yritykset/ravintola_+majakkalaiva+relandersgrund/4170244/

Terveysten- ja hyvinvoinnin laitos 2009. Tilastot ja rekisterit: alkoholin kulutus. Viitattu 26.10.2009. <http://www.stakes.fi/FI/tilastot/aiheittain/Paihteet/alkoholijuomienkulutus.htm>

Tilastokeskus. 2009. Aloittaneet ja lopettaneet yritykset. Viitattu 22.10.2009. http://pxweb2.stat.fi/Database/StatFin/Yri/aly/aly_fi.asp

Tilastokeskus. 2009. Majoitus- ja ravitsemistoiminta 2008, ennakko. Viitattu 22.10.2009. http://www.stat.fi/til/matipa/2008/matipa_2008_2009-07-08_kat_001_fi.html

Tilastokeskus. 2009. Toimialaluokitus 2008. Viitattu 28.9.2009. <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/910-2008/56.html>

Viisi tähteä. 2009. Ajankohtaista. Viitattu 28.9.2009. <http://www.viisitahteä.fi/ajankohtaista/4561-ravintoloiden-alv-laskee-vasta-vuoden-2010-heinaekuussa>

Julkaisemattomat lähteet

Puro, H. 2008. Toimeksiantajan haastattelu 15.7.2008. Helsinki

Kuvat

Kuva 1: Helsingin keskustan satama-alue (Google Maps 2009).....	17
Kuva 2: M/L Relandersgrund (Foto: Minja Vikman)	18
Kuva 3: M/S Svanbad (Foto: Minja Vikman)	19
Kuva 4: M/S Maria (Foto: Minja Vikman).....	19
Kuva 5: M/S Sjöcronan (Foto: H. Puro).....	21

Kuviot

Kuvio 1: Uuden yrityksen liikeidean perusta (Vanhala & Laukkanen 2002, 71)	8
Kuvio 3: Riskien arviointi	24
Kuvio 4: SWOT-analyysi	24

Taulukot

Taulukko 1: Aikaisemmat opinnäytetyöt.....	7
Taulukko 2: Ympäristötekijät ja niiden vaikutukset	14
Taulukko 3: Aloittaneet ja lopettaneet yritykset (Tilastokeskus 2009)	16

Liitteet

Liite 1: Teemahaastattelurunko

Teemahaastattelurunko

- 1 Yritys
 - 1.1 Yrityksen yhtiömuoto, toiminimi ja osakkaiden määrä?
 - 1.2 Minkälainen on yrityksen lähtökohtatilanne?
- 2 Rahoitus
 - 2.1 Miten rahoitus järjestetään?
- 3 Asiakkaat
 - 3.1 Minkälainen on haluttu asiakaskunta?
- 4 Markkinointi
 - 4.1 Mitä eri markkinointimenetelmiä halutaan käyttää?
- 5 Henkilöstö
 - 5.1 Kuinka paljon henkilöstöä tarvitaan?
 - 5.2 Mihin eri tehtäviin henkilöstöä tarvitaan?
- 6 Kilpailijat
 - 6.1 Ketkä ovat yrityksen tärkeimpiä kilpailijoita?
- 7 Liiketilat
 - 7.1 Minkälainen on haluttu liiketila?
 - 7.2 Missä haluttu liiketila sijaitsee?
- 8 Toiminta-ajatus
 - 8.1 Minä kuukausina kesäravintola toimisi?
 - 8.2 Mitkä ovat kesäravintolan aukioloajat?
 - 8.3 Minkälaista ohjelmaa kesäravintolassa järjestetään?
 - 8.4 Miten kesäravintola erottautuu kilpailijoistaan?